

*Vi matcher riktig taler, ekspert, inspirator med dine møter og kurs!*

Forum for talere - Et nyhetsbrev fra Talerforum - September 2010

## Magnus Lindkvist: Langsiktig strategi ved hurtige endringer

### Selvfølgelig er vår tid unik?

Enhver generasjon ønsker å tro at den lever i en unik tidsalder og at ting aldri før har vært raskere, tøffere, farligere og mer annerledes enn nå. Vi kan være den første generasjonen som faktisk har rett - ikke fordi det har blitt flere trusler og muligheter, men fordi konsekvensene blir så mye større i en sammenkoblet verden.

### Det går fort nå

Se bare på den eksplosive tilveksten av teknologiske varemerker som iPhone, Twitter og Facebook. Eller de katastrofale følgene rundt om i verden etter Lehman Brothers kollaps i 2008. Eller de brå omveltingene fra håp til fortvilelse for økonomier som Island og Hellas. Og oljeprisens reise fra 147 til 37 dollar og så tilbake opp til 80.

### "Vi lever i en tid da forandringene går så fort at vi først begynner å se nuet da det nesten er over" R.D. Laing

Algoritmer har gjort børsen til et marked hvor millisekund avgjør handelen og ti på topp listen på iTunes til noe som forandres flere ganger om dagen, osv.

### Lønner det seg med langsiktighet?

Mange tenkere, journalister og management-guruer har begynt å snakke om ulønnsomheten ved strategi og langsiktig planlegging og satser isteden på kortsiktige utfall og såkalte "microbets" - risikoer som er meget ressursbegrensede.

Jeg tar sterk avstand fra denne dyrkingen av framtidsblindhet og vil bruke Norge som ett av mange motbevis.

### Ikke en plan men en synsmåte

Strategi er ikke en plan, men en måte å se ting på. Norges nasjonalmyte, har det blitt meg fortalt, er den om Askeladden som uten plan eller mål lykkes med å vinne prinsessens gunst ved å samle på ting han fant i løpet av reisen. Anita Roddick, Body Shops gründer, snakket ofte om å være "en opportunistisk samler", for å kunne se nye muligheter. Strategi handler om nettopp det - evnen til å se verden på en bestemt måte.

*"Problemet er ikke problemet, problemet er din holdning til problemet"*

Min bror jobber på IKEA og de har ingen plan, men derimot en egen måte å se ting på. Som han sier: "Når vi skal skape et nytt produkt eller en tjeneste vet vi at det må være billigere enn noe annet og lett og bruke og å sette sammen."

Den kanadiske professoren Henry Mintzberg sa at "strategy is a pattern in a stream of actions", det vil si at det er ikke noe man kan formulere på forhånd, men i ettertid ser man at det må ha vært en strategi i ens måte å agere på. Akkurat på samme vis som man må kikke mot horisonten på et stormfullt hav for å unngå sjøsyke, må bedrifter ha en definert måte å se ting på i en tid med hurtige endringer.

### Strategi er standhaftighet

Apple iPhone hylles ofte som et visjonært pionerprodukt og Apple roses for sin framsynthet. Det vi imidlertid glemmer er at iPhone er det tredje forsøket på å lage en mobil PC. Først kom Apple Newton på 1990-tallet. En flopp. Siden kom samarbeidet med Motorola, ROKR. Også en flopp. Først ved tredje forsøk ble



### Magnus Lindkvist

Magnus Lindkvist er framtidsstrateg og foreleser innen omverdensanalyse og trender. Han er aktiv medlem i TED ("Technology, Entertainment & Design"), en sammenslutning med noen av verdens fremste innovatører, vitenskapsmenn, tenkere og kunstnere som medlemme.

[For mer informasjon om Magnus Lindkvist - klikk her](#)

det suksess.

Andre eksempler på den type standhaftighet er sveitsiske Nestlé som tok patent på Nespresso i 1972. Den første maskinen ble lansert i 1984. Nespresso ble deretter solgt med tap i femten år før det på 2000-tallet kom en stor framgang.

*"Iherdige mennesker begynner sin framgang der andre slutter med et mislykket forsøk" Edward Eggleston*

Det tok Santa Maria sju år å tjene penger på Tex Mex og i dag er de Europaledende innen området. La oss heller ikke glemme Norge og oljen. Mange sa att det ikke var lønnsomt å bore etter olje. Noen få var standhaftige og fortsatte. Resten er historie.

For en stund siden intervjuet jeg Bernie Meyerson, VP of Innovation på IBM, som oppfant wifi. Da jeg spurte hvordan han gikk fram sa han: "Det fantes tjue forskningsrapporter som alle var rørende enige i at wifi aldri kom til å fungere. Jeg bestemte meg for at de tok feil."

### **Strategi er å velge bort**

Mange sjefer har fått for seg at strategi handler om å velge. Det er sant, men enda viktigere er det å velge bort. 2000-tallet, har vist at ingen ressurser er uendelige. Tvert imot. Da blir begrensning viktig.

*"Strategi uten taktikk er den langsomste veien til seier. Taktikk uten strategi er bulderet før nederlaget" Sun Tzu*

Se på Google. Tenk på hvor mange milliarder kroner de kunne ha tjent om man hadde fått annonsere på førstesiden. Google sier nei.

Tenk på Twitter. Kun 140 tegn for å utrykke en mening, har skapt millioner av lojale brukere og fans rundt omkring i verden.

Jeg snakket nylig med en risiko-manager hos operatøren T-Mobile i Storbritannien. Hun sa noe meget interessant: "Vi er så vant til å ha mye penger, at når et problem dukker opp, bruker vi ressurser på det til det forsvinner. Det hemmer vår kreativitet."

I begrensningen viser mesteren seg. Det er når ressursene er få at kreativiteten vekkes til live. Kutt budsjetter, øk kreativiteten og fokuser.

**Talerforum Norge AS. Tel: 22 11 02 20. E-post [info@talerforum.no](mailto:info@talerforum.no)**

Talerforum har Europas største kompetansenettverk med mer enn 7 000 talere, lærere, eksperter, underholdere og personligheter som kan begeistre. Vi skaper møter som bidrar til å styrke våre kunders tiltreknings- og konkurransekrefter. Vår forretningsidé er å identifisere, analysere og matche våre kunders behov for riktig kompetanse og skape helhetsløsninger, fra korte effektive forelesninger til lengre seminarserier og kurser. Våre kunder omfatter alt fra børsnoterte selskap til småbedrifter, myndigheter og foreninger.

Talerforum inngår i TF group som ble stiftet i 1995. Med mer enn 60 medarbeidere og 7 000 talere, eksperter, folk som begeistrer og artister er vi markedsledende i Europa. Vi får mer enn 4 000 oppdrag i året og er representert i Oslo, Stockholm, Göteborg, Malmø, Helsinki og Tallinn. I TF Group inngår Talerforum Norge, Talarforum Sverige, Eventforum Sverige, Speakersforum Finland, Eventforum Finland and Competenceforum Estland.

